

TRABAJO DE FIN DE GRADO

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES

PÚBLICAS

2025 - 2026

Para facilitar el acceso a un tutor/a de Trabajo de Fin Grado (TFG), se presenta un listado de temas y líneas propuestas por docentes para la elaboración del TFG.

El TFG estará orientado a demostrar las competencias de la titulación a la que corresponda. Las ofertas descritas corresponden al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Los docentes podrán publicar en cualquier momento del curso académico la oferta de temas de TFG en la plataforma de gestión de TFG habilitada por la Universidad.

Al margen de estas propuestas, los estudiantes podrán plantear los temas que deseen tratar en su TFG a cualquier docente de la URJC que imparta una asignatura afín o sea especialista en el tema elegido por el estudiante.

Miguel Álvarez Peralta	3
Elena María Cordero Hoyo	3
Nerea Cuenca Orellana	3
María Teresa Donstrup	4
María Cristina Fuentes	4
Jennifer García Carrizo	4
Gloria Gómez Diago	4
María Cruz López de Ayala	5
Joaquín B. López del Ramo	5
Alfonso de la Quintana	6
Beatriz Rivera Martín	6
ÁREA DE SOCIOLOGÍA	7
Antonio Martín Cabello	7

Miguel Álvarez Peralta miguel.peralta@urjc.es

Análisis de comunicación política de instituciones públicas, ONG, partidos o líderes políticos, de acuerdo con metodologías de estudio acreditadas, cuantitativa y/o cualitativa.

Estudios sobre opinión pública.

Elena María Cordero Hoyo elena.cordero@urjc.es

Historia del cine y otros medios audiovisuales.

Cine en el ámbito ibérico.

Teorías y análisis del cine y de la comunicación.

Estética audiovisual. Perspectiva de género y teorías feministas y queer.

Historiografía y métodos de investigación.

Estructura del Sistema de Medios.

Industrias culturales.

Nerea Cuenca Orellana nerea.cuenca@urjc.es

Análisis redes sociales.

Análisis audiencias.

Producción/Realización de podcast.

Producción/Realización de un reportaje televisivo.

Producción/Realización de un reportaje radiofónico.

Producción/Realización de un cortometraje.

Producción/Realización ficción sonora.

María Teresa Donstrup Portilla mariateresa.donstrup@urjc.es

Comunicación política.

Publicidad e intertextualidad.

Branding

María Cristina Fuentes Lara cristina.fuentes@urjc.es

Género en la comunicación estratégica

Migración en la comunicación estratégica

Comunicación estratégica en salud

Jennifer García Carrizo jennifer.garcia@urjc.es

Comunicación científica.

Participación ciudadana.

Medioambiente y sostenibilidad.

Comunicación corporativa

Gloria Gómez Diago gloria.gomez.diago@urjc.es

Trabajos de investigación empírica orientados a objetivos como:

- Estudio de aplicaciones y revisión de tecnologías de inteligencia artificial utilizadas en la elaboración de contenidos publicitarios.
- Indagar en las características y tipologías de los nuevos tipos de publicidad.
- Profundizar en las metodologías de trabajo utilizadas en la comunicación publicitaria.

- Caracterizar las nuevas profesiones en el ámbito publicitario.
- Estudiar la recepción y el consumo de comunicación publicitaria por diferentes grupos sociales.

Trabajos de tipo práctico orientados al diseño y a la producción de campañas de publicidad en diferentes formatos y con diferentes finalidades.

María Cruz López de Ayala mariacruz.lopezdeayala@urjc.es

Comunicación estratégica, en todas las áreas desde relaciones con los medios hasta comunicación interna; Departamentos de Comunicación: análisis de casos; Consultoras de Comunicación; Gestión de la Comunicación en redes sociales: análisis de casos y estudios comparativos; Influencers.

Estudios de recepción e Investigación de audiencias: Usos y consumos de medios digitales en menores y jóvenes; mediación parental del uso de medios de comunicación; publicidad y menores.

Joaquín B. López del Ramo joaquin.lopezdelramo@urjc.es

Análisis de los componentes del grafismo publicitario y su significado.

La fotografía en el mensaje publicitario: aportación y significado.

Análisis del "Framing" visual en medios impresos, digitales o audiovisuales aplicado al mensaje periodístico y publicitario.

Fotografía aplicada a la Publicidad.

Diseño gráfico aplicado a la Publicidad.

Análisis y aplicación del diseño gráfico en soporte impreso o digital.

Desarrollo de proyectos de grafismo publicitario.

Análisis de productos de grafismo publicitario.

Análisis de productos web multimedia.

Desarrollo de productos web multimedia.

Tratamiento de contenidos fotográficos publicitarios en medios de comunicación. Perspectiva histórica o de actualidad.

Alfonso de la Quintana alfonso.delaquintana@urjc.es

La Opinión pública en las Relaciones Internacionales: Crisis de la paz.

Casos históricos en la opinión Pública.

El profesional de la información como corresponsal de guerra.

Historia de las empresas periodísticas.

La Prevención de Riesgos en los periodistas: Desde el acoso laboral y sexual, el estrés traumático, a los trastornos musculares y las enfermedades psicosomáticas.

Estudios de estrategias y marketing de las empresas periodísticas:
La mujer trabajadora de la información: Historia y actualidad.

La Gestión de las Empresas Publicitarias: el negocio de la nueva publicidad.

Beatriz Rivera Martín beatriz.rivera@urjc.es

Creación audiovisual: Preproducción, producción, postproducción y promoción de vídeos corporativos y de producto.

Temática preferente de las creaciones audiovisuales: sociedad, cultura e inclusión de colectivos vulnerables como personas LGTBIQ+, personas mayores, infancia, migrantes y personas con discapacidad.

ÁREA DE SOCIOLOGÍA

Antonio Martín Cabello antonio.martin@urjc.es

Estudios culturales.

Sociología de la cultura.

Fuenlabrada, a 31 de octubre de 2025